

Πράσινο Πρόγραμμα Κατάρτισης Επιχειρηματικότητας (GET-UP)

03- Ανάπτυξη του αναλυτικού προγράμματος

Μονάδα / Ενότητα: Προσδιορισμός και δημιουργία μιας νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας

Τύπος εγγράφου: Σχέδιο προγράμματος Εργαστηρίου

Υποενότητα 3: Δημιουργία νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας

Ημερομηνία:		Ωρα:	
Τοποθεσία:		Διεξάγει από:	
Τίτλος			

Γενικός Στόχος:	Στόχος αυτού του εργαστηρίου είναι να ανασκοπήσει τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να προωθηθεί σε άλλους μια ευκαιρία για μια νέα πράσινη επιχείρηση ή ένα έργο σε μια υφιστάμενη πράσινη επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό, το εργαστήριο θα σας δώσει τη δυνατότητα: (i) Να διερευνήσετε τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας για τη μετακίνηση από τη σκέψη στη πράξη, (ii) Να προσδιορίσετε διαφορετικούς τρόπους προώθησης μια νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας σε άλλους και (iii) Να Προσδιορίσετε τα βασικά " πώς να " σε σχέση με την προώθηση της εν λόγω ιδέας σε άλλους.
Μαθησιακά αποτελέσματα:	MA1: Κατανοήστε τα " πώς να " που σχετίζεται με μία αποτελεσματική προώθηση μιας νέας επιχειρηματικής ευκαιρίας MA2: Να είστε σε θέση να αναπτύξετε ένα σχέδιο για μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία MA3: Να είστε σε θέση να προωθήσετε σε άλλους μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία

Ωρα	Εκπαιδευτικό αποτέλεσμα	Εισαγωγή	Διαφάνειες	Δραστηριότητες μάθησης και αξιολόγησης
09.30-09.45	-	Επισκόπηση εργαστηρίου <ul style="list-style-type: none"> Εισαγωγή στο μάθημα, το θέμα του εργαστηρίου, το πρόγραμμα αυτού και συζήτηση των προσδοκιών των εκπαιδευόμενων Μέσα από τη προεισαγωγή αναλογιστείτε τους παράγοντες αποτελεσματικής προώθησης της επιχειρηματικής ιδέας σε άλλους 		<p>Εισαγωγή από τους εκπαιδευόμενους</p> <p>Προεισαγωγή ⇒ Σε ζευγάρια, οι συμμετέχοντες αναλογίζονται για μία προώθηση ή παρουσίαση που δεν πήγε καλά προσδιορίζοντας το γιατί δεν πήγε καλά. Διεξαγωγή και λήψη της ανατροφοδότησης από τα ζευγάρια</p>
09.45-10.00	MA1	Η σημασία μίας αποτελεσματικής προώθησης <ul style="list-style-type: none"> Χρησιμοποιώντας την ομαδική συζήτηση, επισημάνετε τη σημασία μίας αποτελεσματικής προώθησης για μετάβαση από ιδέα σε δράση Περιγράψτε τη σημασία της προώθησης ως ενός τρόπου επικοινωνίας του επιχειρηματικού μοντέλου με άλλους, ιδίως σε ότι αφορά τη σημασία της δυνατότητας επικοινωνίας της 		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 1 ⇒ Ομαδική συζήτηση που σχετίζεται με το λόγο για τον οποίο υπάρχει ανάγκη να προωθηθούν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε άλλους και πώς η προώθηση</p>

		<p>πρότασης αξίας σε άλλους</p> <ul style="list-style-type: none"> • Επισημάνετε το ότι δεν υπάρχει ένας μόνο συγκεκριμένος τύπος προώθησης και τη σημασία της πρακτικότητας προσαρμογής της προώθησης 		<p>θα ποικίλει ανάλογα με το ακροατήριο. Δημιουργήστε ένα χάρτη αναγκών των διαφορετικών ακροατηρίων</p>
10.00 -10.20	MA2	<p>Προετοιμασία του σχεδίου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Συζητήστε τη διαφορά μεταξύ ενός επιχειρηματικού μοντέλου και ενός επιχειρηματικού σχεδίου • Ελέγξτε τον καμβά επιχειρηματικού μοντέλου και τα εννέα δομικά στοιχεία ενός επιχειρηματικού μοντέλου • Προσδιορίστε τη διαφορά μεταξύ του σχεδίου και της διαδικασίας σχεδιασμού και αναθεωρήστε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα τόσο του σχεδίου όσο και του σχεδιασμού • Επισημάνετε ότι ένα σχέδιο είναι σχετικά εύκολο να αναπτυχθεί αν υπάρχει κατανόηση του υποκείμενου επιχειρηματικού μοντέλου 		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 2 ⇨ Σε ζευγάρια, οι συμμετέχοντες προσδιορίζουν ποιες λέξεις συνδέονται με ένα « επιχειρηματικό μοντέλο » και ένα « επιχειρηματικό σχέδιο » . Διεξαγωγή μιας ομαδικής συζήτησης σχετικά με τις διαφορές μεταξύ ενός επιχειρηματικού μοντέλου και ενός επιχειρηματικού σχεδίου</p>
		<p>Προετοιμασία του σχεδίου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ελέγξτε τα βασικά αποτελέσματα από την εργασία για το σπίτι που σχετίζονται με την ανάπτυξη ενός καμβά επιχειρηματικού μοντέλου • Επισημάνετε τη μάθηση που σχετίζεται με τα διαφορετικά δομικά στοιχεία ενός 		<p>Χαρτογράφηση σκέψης για τα βασικά αποτελέσματα από την ομαδική συζήτηση στον αναδιπλούμενο πίνακα (flipchart) σας</p>

		<p>επιχειρηματικού μοντέλου</p> <ul style="list-style-type: none"> • Δώστε έμφαση στους τρόπους με τους οποίους μπορούμε να παράγουμε νόημα για άλλους και τους διαφορετικούς τρόπους δημιουργίας αξίας για άλλους στο επιχειρηματικό σχέδιο 		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 3 ⇒ Προετοιμάστε ένα περίγραμμα για το σχέδιο με βάση το επιχειρηματικό μοντέλο που έχει αναπτυχθεί</p>
10.50-11.00		Τσάι και καφές		
11.00-11.20	MA 3	<p>Ανάπτυξη της Προώθησης</p> <ul style="list-style-type: none"> • Περιγράψτε διαφορετικούς τρόπους για να προωθήσετε μια ιδέα σε άλλους • Συζητήστε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των διαφορετικών τρόπων για να προωθήσετε μια ιδέα σε άλλους • Αναθεωρήστε τους μύθους και τις παρανοήσεις που σχετίζονται με τη διαμόρφωση μιας ιδέας - π.χ. δεν είναι το τέλος της διαδικασίας, μπορεί συχνά να είναι η αρχή, είναι μια άσκηση εκμάθησης παρά μια δοκιμή ή δοκιμασία της προσωπικότητας, είναι συνεχής διαδικασία απόκτησης σχολίων ανατροφοδότησης σε αντίθεση με μια μοναδική παρουσίαση 		
11.20-12.20	MA 3	<p>Ανάπτυξη Της Προώθησης</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ελέγξτε τους παράγοντες που σχετίζονται 		<p>Συμπλήρωση Δραστηριότητας 4 ⇒</p>

		<p>με μία αποτελεσματική προώθηση</p> <ul style="list-style-type: none"> • Εισάγετε την έννοια της « δύναμης των τριών » • Παρέχετε χρόνο στους συμμετέχοντες να αναπτύξουν μία προώθηση και να την παρουσιάσουν σε άλλους • Χρησιμοποιήστε τις προωθήσεις για να ενισχύσετε τα χαρακτηριστικά μίας αποτελεσματικής προώθησης, τόσο από πλευράς περιεχομένου (π.χ. επίδειξη κατανόησης των αναγκών και εμπειριών του πελάτη) όσο και μορφής (π.χ. ξεκάθαρη εκκίνηση, μεσαία και τελική) αυτής 		<p>Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να αναπτύξουν μία προώθηση των τριών λεπτών σχετικά με μια ιδέα για μια νέα πράσινη επιχείρηση ή ένα έργο για μια υφιστάμενη πράσινη επιχείρηση. Εάν η ομάδα είναι μικρή, παρέχετε χρόνο σε όλους τους συμμετέχοντες να παρουσιάσουν την προώθηση τους. Εάν είναι μεγάλη, ζητήστε από τους εθελοντές να παρουσιάσουν σε ομάδα. Παρέχετε στους συμμετέχοντες ψεύτικα χαρτονομίσματα και ζητήστε τους να κατανείμουν τα χρήματα ανάμεσα στις παρουσιάσεις αναλόγως του σε τι θα επενδύσουν. Χρησιμοποιήστε το ποσό των χρημάτων που διατέθηκαν σε διαφορετικές ομάδες, ως βοήθημα συζήτησης της αποτελεσματικότητας της προώθησης.</p>

12.20-12.30		Περίληψη <ul style="list-style-type: none">• Σύνοψη βασικών ζητημάτων προερχόμενων του εργαστηρίου, όπως: διαφορά μεταξύ σχεδίου και του σχεδιασμού, βασικούς παράγοντες ανατρεπτικών μίας αποτελεσματικής προώθησης και πως η προώθηση είναι μια συνεχής μαθησιακή διαδικασία που παρέχει την ευκαιρία απόκτησης ανατροφοδότηση από άλλους		Παρέχετε συνδέσμους με πόρους αποτελεσματικών παρουσιάσεων και παραδείγματα διαφορετικών επιχειρηματικών και εταιρικών προωθήσεων
-------------	--	--	--	---